

ABSTRAK

Persaingan bisnis saat ini dapat diakui semakin ketat pada berbagai tingkatan. Fenomena tersebut dapat terlihat pada perkembangan perusahaan baik dari skala kecil, skala menengah, hingga skala besar dalam menghasilkan produk dan jasa. Maka PT. Cipta Visi Sinar Kencana harus menentukan strategi yang jitu untuk menembus pasar dan dapat bertahan yaitu strategi komunikasi pemasaran. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran PT. Cipta Visi Sinar Kencana dalam meningkatkan penjualan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Sedangkan teknik pengumpulan data berasal dari wawancara mendalam dan observasi. Berasal dari hasil penelitian dapat dikatakan bahwa PT. Cipta Visi Sinar Kencana berhasil dalam mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan penjualan yaitu iklan, penjualan personal, promosi penjualan, pemasaran langsung dan publisitas. Hasil penelitian memperlihatkan strategi komunikasi pemasaran yang paling berpengaruh dalam meningkatkan penjualan adalah penjualan personal dan pemasaran langsung seperti pemanfaatan sosial media dan *website*. PT. Cipta Visi Sinar Kencana memiliki motto kerja mikro berwawasan makro. Berangkat dari itu perusahaan menjaring konsumennya untuk berwawasan luas mengenai lingkungan, mengelola lingkungan dan menciptakan suatu produk yang bernilai ekonomi dari sampah. Usaha tersebut juga merupakan usaha perusahaan untuk menarik perhatian konsumennya guna meningkatkan penjualan perusahaan.